

6. Чередниченко И.П., Тельных Н.В. Психология управления. –Ростов - на/Д.: Феникс, 2004.
7. Шредер Герман. Руководить сообразно ситуации, –М.: 1994.
8. Юдин В.В. Стилль руководства. Социально-психологические проблемы руководства // Психология и этика делового общения. / Под ред. В.Н.Лавриненко. М., 1997.

ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург
Деликатная Ольга Алексеевна, студентка 3 курса ВШЭМ, научный
руководитель: Яценко О.Ю., к. пед. н., доцент кафедры маркетинга ВШЭМ

Управление человеческими ресурсами как фактор развития организации Human resource management like a factor in the development of the company

Аннотация: В статье затронута проблема неправильного подхода руководителей к управлению персоналом организации. Предложено решение в виде использования основных инструментов управления человеческими ресурсами.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, руководитель, эффективность работы персонала, управленческие решения.

Abstract: The main problem of the article is wrong approach to the management staff of the organization. The solution is the usage of the main tools of competent human resources management.

Keywords: Human Resources Management, manager, staff efficiency, managing decisions.

Постоянная разработка новых стартапов, создание новых рынков по продаже товаров и услуг, осуществление технических прорывов - все это говорит о том, что общество не стоит на месте. Однако это не исключает использование современными менеджерами консервативных методов при принятии управленческих решений, напрямую влияющих на развитие организации.

Российские предприниматели при принятии стратегических решений склонны ориентироваться на методы продвижения, на распределение бюджета, на экономическое положение в стране. Но забывают о самом проблемном и значимом звене в осуществлении бизнес процессов - о персонале. Именно это звено напрямую влияет на характер оказания услуги, удовлетворения потребностей при взаимодействии с потребителем.

Ф. Котлер неоднократно упоминал, что организация сферы услуг должна обращать особое внимание на качество работы персонала. Она должна эффективно обучать и мотивировать служащих, работающих с клиентами, а также весь обслуживающий персонал к работе в команде и обеспечению удовлетворения потребителя [5]. Исходя из этого, основная проблема руководителей в том, что они воспринимают персонал как набор винтиков в стандартном механизме. Хотя еще в 1970-х годах Американское сообщество

управления человеческими ресурсами пришло к выводу о том, что работники должны восприниматься как исключительный ресурс с набором индивидуальных компетенций и многочисленных идей [7]. Этому ресурсу стоит уделять особое внимание, поскольку именно данная категория может стать конкурентным преимуществом компании в условиях кризиса.

В специализированной прессе названная проблема является одной из самых обсуждаемых, актуальных. Журнал «Генеральный директор» даже позиционирует себя как персональное пособие для руководителя компании, публикуя статьи о способах повышения мотивации сотрудников, грамотном наборе персонала, раскрытии творческого потенциала наемных работников, управлении человеческими ресурсами.

Российские предприниматели должны отказаться от традиционного управления персоналом, под которым подразумевается обеспечение необходимого количества людей в нужный момент времени в назначенном месте. В этом случае актуальным решением станет переход от управления кадрами к управлению человеческими ресурсами, главная цель которых - получить максимально возможную выгоду от умений и навыков сотрудников при максимально возможном материальном и психологическом удовлетворении работников [6].

Иными словами, управление человеческими ресурсами - это новый взгляд на потенциал сотрудников. Необходимо понимать ценность их компетенций, знаний, умений, навыков, способствовать развитию этих возможностей, помогать, направлять, фасилитировать. Для этого, прежде всего, стоит обратить внимание на роль менеджера.

Н. Макиавелли в своей книге «Государь» подчеркнул: «Об уме правителя первым делом судят по тому, каких людей он к себе приближает; если это люди преданные и способные, то можно всегда быть уверенным в его мудрости, ибо он сумел распознать их способности и удержать их преданность» [2]. Руководитель в коллективе - это ключевая фигура, эффективно (или нет) использующая потенциал управления человеческими ресурсами для достижения целей организации.

Особую роль в менеджменте играют методы достижения взаимопонимания с персоналом, используемые на предприятии, позволяющие достичь высокой эффективности в принятии управленческих решений. Прежде всего, руководитель должен не просто делегировать полномочия, но и помочь сотруднику, создать все необходимые условия для выполнения профессиональных задач. Кроме того, сотрудники должны поощряться морально и материально. В настоящее время особую ценность приобретает нетрадиционный подход: в компании Facebook Марк Цукерберг в присутствии всего персонала еженедельно выбирает лучших сотрудников. Победителям вручаются билеты на различные мероприятия, оплачиваются походы в ресторан или боулинг [1].

Большое воздействие на повышение мотивации персонала могут оказать и различные конкурсы - профессионального и развлекательного характера. В таком случае, победитель не только получит определенную награду за

достижения, но и, например, удостоится чести носить яркий бэйдж с присвоенным званием – «Лучший футболист отдела», «Главный генератор идей», «Признанный лидер в ... области». Это поможет сотруднику почувствовать свою значимость, мотивирует его быть лучшим, первым, признанным. В итоге, такой настрой позитивно повлияет на профессиональную деятельность работников, что будет выгодно для компании.

Важную ценность имеет непрерывное обучение персонала, содействующее развитию компетенций с учетом корпоративной стратегии, повышающее мотивацию и заинтересованность сотрудников, эффективность работы персонала и рост продаж. По результатам исследования Американского общества тренинга и развития: 1 доллар, вложенный в обучение сотрудников, приносит доход от 3 до 8 долларов [3].

Также к основным востребованным методам эффективного воздействия на персонал можно отнести организацию соревнования отделов и сотрудников внутри отдела, предоставление возможности оценивать друг друга с помощью баллов с последующей конвертацией в материальные ценности. Актуальны также корректировка графика по желанию сотрудников, создание комфортных офисов, предоставление дополнительных услуг за счет компании (кафетерии, зоны отдыха, библиотеки, спортивные залы, химчистки, кинотеатры), создание воодушевляющей, креативной атмосферы.

Инструменты управления человеческими ресурсами направлены на формирование имиджа компании. Чем больше сотрудник будет одобрять этот образ, общую идеологию компании, тем эффективнее он станет заботиться об удовлетворенности потребителя. Данная взаимосвязь ключевых звеньев (фирмы, персонала, потребителя) прослеживается в «котлеровской» треугольной модели маркетинга услуг, которая была выявлена путем проведения исследований внутриорганизационных коммуникационных процессов. Именно через эти звенья развиваются три соответствующие стратегии: внутреннего, интерактивного и традиционного маркетинга. И грамотное воздействие на все три составляющие будет способствовать успешному развитию компании [4].

Именно в управлении человеческими ресурсами современная организация, отвечающая вызовам высоко турбулентной окружающей среды, может найти основу для формирования конкурентных преимуществ.

Литература:

1. Генеральный директор. «12 американских ноу-хау в управлении персоналом»[Электронный ресурс]. URL:<http://e.gd.ru/article.aspx?aid=378610/> (Дата обращения: 18.03.2015).
2. Макиавелли Н. Государь. Пер. с итал.–М.: Планета, 1990.
3. MyResult: лаборатория системного бизнес тренинга[Электронный ресурс]. URL:<http://www.my-result.ru/> (Дата обращения: 22.03.2015).
4. Филип Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. Маркетинг: Гостеприимство и туризм. Пер. с англ. –М.: Юнити, 1998.
5. Филип Котлер. Основы маркетинга. Пер.с англ. –М.: Прогресс, 1992.

6. Х.Т.Грэхем, Р. Беннетт. Управление человеческими ресурсами. Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
7. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. Учебное пособие. –М.: ГУУ, 2002.

ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург
Козырчикова Екатерина Николаевна, студентка 3 курса ВШЭМ, научный руководитель: Яценко О.Ю., к. пед. н., доцент кафедры маркетинга ВШЭМ

Актуальные проблемы развития социального бизнеса **Actual problems of development of social business**

Аннотация: Статья посвящена проблеме участия бизнеса в решении глобальных проблем постиндустриального общества. Рассмотрены два пути осуществления данного вида деятельности: реализация концепции социально-этичного маркетинга и новая экономическая модель социального бизнеса.

Ключевые слова: глобальные проблемы общества, социально-этичный маркетинг, модель социального бизнеса

Abstract: The article deals with the participation of business in addressing global challenges of post-industrial society. Two ways to implement this activity were considered: the concept of social marketing and a new economic model of social business.

Key words: global problems of society, social marketing, model of social business

Последние столетия ознаменовались существенным прогрессом человечества в области применения накопленных знаний. В современном обществе, претерпевшем значительные трансформации, на первый план выступили улучшение качества жизни, глобализация социально-экономических процессов, рост объемов производства. Однако данные изменения повлекли за собой и негативные последствия, изучаемые членами Римского клуба, существенным образом отразившиеся на общественном благосостоянии: изменение климата, нехватка воды, плохое питание, исчезновение лесов, загрязнение окружающей среды.

Проблемы мировой экономики привели к снижению роли государственных структур в осуществлении контроля за остро стоящими проблемами общества и природы. Становится очевидным тот факт, что ресурсов, которыми располагают государство и различного рода некоммерческие организации, не достаточно, чтобы заняться решением глобальных проблем в полном объеме. В данных условиях появляется необходимость трансформации роли экономического сектора в социуме. Большое внимание следует уделить возможностям бизнеса, так как он представляет собой огромную силу постиндустриального общества, сосредотачивающую в себе основные ресурсы, которые должны быть направлены на социальное обеспечение и устранение проблем окружающей среды. В течение длительного периода времени бизнес